

近期，北京、上海、成都多地热门景区及场馆“一票难求”——

怎么看今夏“预约难”？

本报记者 李 婕

“机票、酒店都订好了，连年假都请了，没想到门票总也抢不到！”“能不能成行，以前看交通，现在得看门票”……进入暑期，北京成为全国最热门的出行地之一，不少游客对知名景点的“预约难”深有感触。

不仅是北京，近期上海、成都、广州、西安等地热门景区和场馆“不缺游客缺门票”的现象同样突出。“预约难”折射出消费加速回暖、市场热度提升的良好趋势，也对如何对接需求提出新要求。

“预料到景点‘俏’，但没想到这么‘难’”

“景点的热度，简直比最近天气的温度还要高！”上海市民李女士原本想趁暑假带刚上小学的孩子到北京游玩一圈，做行程规划时，却意外地发现今年北京景区的门票实在火爆。“看了好多知名景点预约平台，几乎都是门票售罄，而且卡着点去抢也是‘秒光’。预料到景点一定很‘俏’，但没想到竟然这么‘难’。”无奈之下，李女士和家人暂时放弃了暑期游北京的计划，开始另做打算。

近期，许多游客体验了旅游景区、文博场馆的预约难、抢票难。社交平台上外地游客反映“人来了票没约上”，还有业内人士笑称“北京旅游从业者成为抢票‘机器’”。因各景区预约放票时间不一，网络上还流传着一份“抢票日历”，精准提示具体抢票时间……但“国博门票3分钟售罄”“旅行社因为没有景点门票而劝返游客”等情形还是频繁见诸网络。

记者7月10日查询发现，故宫1周内门票已全部约满；国家博物馆微信公众号的入馆门票预约页面直接显示“产品已售罄”；北京环球影城门票依然可以购买，不过近期快速通产品已涨价至1500元且全部售罄。

随着暑期到来，不仅仅是北京、上海、成都、广州、西安等城市热门景区也是一票难求。比如，西安的陕西历史博物馆、兵马俑、《长恨歌》演出等门票预约火爆。去哪儿平台数据显示，截至7月3日，室内博物馆门票预订量环比上月同期涨了3倍，全国海洋馆门票预订量环比上月同期增长4倍。故宫博物院、中国国家博物馆、秦始皇帝陵博物院、陕西历史博物馆、青岛海洋博物馆、成都大熊猫繁育研究基地等成为最热路线，部分场馆门票预约十分紧张。

“一票难求背后有喜有忧。”北京市社会科学院文化所副所长景俊美对本报记者说，这一方面反映人们更加重视精神世界的提升，文化休闲类需求增加，推动着消费不断迈向品质化、多元化，是人们对美好生活向往的直接体现。另一方面，说明大家还是集中奔着热点去，更多文化休闲空间和消费选择还有待被更多人知晓。同时，供给方在承接消费热潮方面还有所不足。

出行需求井喷，供需矛盾更突出

预约订票为啥难？因为需求实在火爆。

积累了3年的出游需求，在今年“五一”、暑假等各类假期迎来集中释放。以暑期来说，去哪儿数据显示，6月23日后，暑期机票预订量进入快速增长期，7月首周为首个预订高峰，此后每周预订量都将维持在较高水平，预计将持续到8月13日后才会逐渐下降。

“得益于航班量增加和庞大的旅客出游需求，6月30日国内旅客量已接近‘五一’假期峰值。从往年预订数据来看，这仅仅是一个开始。”去哪儿大数据研究院研究员肖鹏说。

需求井喷且集中涌向部分目的地时，供需之间的矛盾凸显。一般来说，景区都有最大游客承载量，文博场馆为了保证古建、文物安全和游览质量，尤其如此。故宫、国博等场馆近期门票“秒光”就是直接体现。



▲随着暑假来临，北京暑期游逐渐升温，各地游客来到北京参观游览。图为游客在故宫。

新华社记者 陈晔华摄

▶上海迪士尼乐园达菲缤纷夏日巡游正在精彩上演，吸引了众多游客。

王 初摄（人民视觉）

其实，预约难，难住的不仅是游客，也考验着景点和城市的管理水平。最近，多方推出举措，在扩大供给方面做文章。

——最大程度满足消费需求。北京市公园管理中心表示，颐和园、天坛等市属公园将动态调整放票量，及时将退票、爽约票回填票池。

——深度挖掘休闲资源。比如北京不仅有故宫、国博、长城等知名景点，还有大量名人故居、历史遗迹、文化会馆等遍布城市空间。近期，一些网络平台上上线了“趣玩”地图，除热门打卡地外还挖掘出小众宝藏景点供旅客选择，CITYWALK（城市漫步）、中轴线骑行等也吸引了不少年轻人。

“游客过度集中在部分场所，既影响了大家的出行体验，也不利于市场活跃度的整体提升，甚至对相关消费形成制约。”景俊美建议，相关部门可以搭建信息资源共享平台，充分挖掘城市内的休闲文化资源，合理分流、引导，让大家获得良好的城市体验。

也有游客发现，在官方渠道抢不到的门票，有时却可以通过第三方平台或“黄牛”买到；还有的场馆，免费门票预约不到，收费的套票、特展则有盈余；面对散客的票早早就显示“售罄”，通过旅行社则可以买到票。

“面对预约难、订票难的问题，首先要做的是尽可能科学调配资源，让服务更加细微立体，不给投机分子可乘之机。同时，开展必要的文化执法，打击市场乱象，净化市场环境。”景俊美说。

灵活调整，做好品质个性化服务

暑期出行热，引起各方对“预约”如何进一步完善思考。

近年来，旅游景区预约制逐步推开，尤其是前几年出于新冠疫情防控需要，预约制走向常态化。一方面，实行预约制，优点很明显。不少业内人士分析，对景区而言，实施门票预约制度是加强精细管理、提升景区品质、保护旅游资源的重要手段。对游客而言，预约制可以分散客流，避免因“人满为患”影响体验，同时节省排

注册的情形，如申请材料弄虚作假、不真实，产品配方科学性、安全性依据不充足，申请人不具备与所申请注册的产品配方相适应的研发能力、生产能力或者检验能力等。

二是进一步规范标签标识，维护消费者权益。明确产品名称中有动物性来源字样的，其生乳、乳粉、乳清粉等乳蛋白来源应当全部来自该物种；声称生乳、原料乳粉等原料来源的，应当如实标明来源国或者具体来源地。同时，进一步细化标签中禁止含有的内容，如涉及疾病预防、治疗功能；不得明示或暗示具有增强免疫力、调节肠道菌群等保健作用；不得使用“进口奶源”“源自国外牧场”“生态牧场”“进口原料”“原生态奶源”“无污染奶源”等模糊信息；不得使用“人乳乳”“母乳化”或者近似术语表述等。

中国营养保健食品协会执行副会长厉梁秋认为：“新《办法》以行业健康发展为导向，为婴幼儿配方乳粉行业健康良性有序发展提供了坚实保障。目前婴幼儿配方乳粉市场安全平稳，根据估算，2022年婴幼儿配方乳粉零售总额约为1400亿元。”

在上海浦东新区规定区域，乘客用手机APP下单，随后一辆无人驾驶出租车从远处驶来。乘客上车后，按下后排座椅前方屏幕上的“开始”键，车辆便开始行驶，遇到转弯、红绿灯时可自动刹车，时速最高达到47公里/小时。

7月8日，百度智行、AutoX安途、小马智行3家企业15辆车获得上海市浦东新区首批发放的无人驾驶智能网联汽车道路测试牌照。本次获得牌照的企业可在浦东新区行政区域内划定的路段、区域开展车内全无人智能网联汽车道路测试。

7月7日，北京也正式迈入自动驾驶“车内无人”商业化试点阶段。北京市高级别自动驾驶示范区工作办公室宣布：企业在达到相应要求后，可在北京市智能网联汽车政策先行区内，面向公众提供常态化的自动驾驶付费出行服务。目前，先行区内无人化测试车辆共计116台，测试总里程近200万公里，商业化试点累计订单量150多万次。

根据《北京市智能网联汽车政策先行区自动驾驶出行服务商业化试点管理细则（试行）》修订版，在自动驾驶“车内无人”商业化试点阶段，将更加注重对自动驾驶企业服务能力的考核，主要围绕乘客车内安全风险、交通环境风险、自动驾驶功能风险三方面的解决方案进行专业论证和实车评估。同时，针对商业化试点车辆，监管方将制定日常监管专项内容及应急预案，保障车辆道路活动的有序开展。

经过几年发展，北京、上海等地已经具备了较为完善的自动驾驶商业化试点条件。

2021年4月，北京市智能网联汽车政策先行区成立，分阶段有序推进场景开放。同年10月至11月，在国内率先开放车内有安全员的自动驾驶无人化道路测试与出行服务商业化试点。今年3月，北京进入“车内无人”载人示范应用阶段。业内人士指出，前期工作为先行区进入“车内无人”商业化试点阶段打下了坚实基础，也提供了丰富的载人示范应用经验。

北京市自动驾驶办公室有关负责人表示，北京市智能网联汽车政策先行区通过对政策与监管体系的持续迭代创新，为企业技术能力验证与服务经验积累营造了良好的营商环境。基于前两个阶段对无人化技术能力的充分验证，本次开放车内无人商业化试点，主要考察企业的服务能力。未来，先行区将充分总结无人化测试路径，为乘用车场景规模化落地与其他出行服务场景建设提供参考，为产业形成从技术验证、示范应用到商业化探索的完整闭环。

今年3月，浦东新区颁布了国内首个智能网联汽车创新应用地方性法规《上海市浦东新区促进无人驾驶智能网联汽车创新应用规定实施细则》，为智能网联汽车无人驾驶夯实了法律保障。此次无人驾驶智能网联汽车从封闭道路走向开放道路、从有安全员的状态转变为完全无人化，推动了无人驾驶领域的创新与发展，标志着浦东新区自动驾驶汽车真正迎来无人化阶段。

据介绍，浦东新区将有效促进自动驾驶出租、车路协同信息服务、园区无人配送、自主泊车、自动驾驶微循环公交等高级别自动驾驶应用场景与“云端一座城、地上一座城、地下一座城”的智慧城市3座城理念无缝融合，打造“智慧城市+智能交通+智能网联汽车”融合模式发展，形成产业集聚的全球车城融合标杆，推动无人驾驶商业模式在浦东新区先行先试，倾力培育全新的产业生态体系。

从封闭道路走向开放道路，从有安全员到完全无人化——
这一回，无人驾驶真的来了

本报记者 徐佩玉



队购票时间等。可以说，预约制和线上化是大势所趋。

另一方面，消费者也反映，预约常态化不宜“绝对化”，还应多一些灵活调整。

在北京生活的龙女士就曾有过不太愉快的经历。今年年初，龙女士和家人外出时无意中发现街头有一家感兴趣的专业博物馆，上前询问，却被告知只有提前预约一种入馆方式。“当天入馆人流量并不大，如果参观浏览量未达上限，我们却单纯因为没有提前预约而被拒之门外，实在是让人难以理解。”抱憾而归的龙女士说，预约制虽好，但不能太刻板。

比如，莫把老人拒之门外。实行预约制，虽然对多数人来说操作轻松便捷，但对不熟悉网络的老年群体来说却相当于新的门槛。据了解，部分场所设置了老年人爱心服务窗口，可以办理现场购票，消费者希望类似做法可以普遍推广。

再如，在预约制之外增加一些灵活安排，以更好满足市民需求。“生活在城市，或是突然赶上好天气、或是偶得空闲，总有一时兴起、临时起意的时候，在当日预约参观量未达上限的情况下，作为城市公共资源的景区、文博场所等在预约、售票方面可以更加灵活，为市民保留一份随性和浪漫。”龙女士说。

此外，预约服务要更精细、透明、便利消费者。据了解，目前的景区门票需要提前1周抢，有的需要提前5天；放票时间有的在下午或傍晚，有的在夜里12点。“深夜抢票”甚至在社交网络上形成热点话题。对此，有关专家建议，能不能把放票时间集中在白天？能不能合理分配，对接团队游客和散客的不同需求？在出行消费迅速攀升的背景下，相关方面能否及时评估市场变化，在承载范围内尽可能增加旺季门票的供给？

预约制下，对于大量免费场馆，消费者“先约了再说”的行为不同程度存在，此时不应把爽约票及时回填票池，还应做好测算评估，根据爽约票占比适当扩大门票的投放量。

“预约制终究只是一个手段，为大众提供品质化、人性化的服务才是目的。”景俊美说，作为城市公共资源的景区、文博场所等切莫在门票预约上走向极端，不要以“智慧生活”为名筑起“数字围墙”，而应充分调度资源、做好精细服务，努力让乘兴而来的人们满意而归。

不得使用“进口奶源”“生态牧场”等模糊信息——

婴幼儿配方乳粉新规出台

本报北京电（记者孔德晨）国家市场监督管理总局近期审议通过《婴幼儿配方乳粉产品配方注册管理办法》（以下简称《办法》），进一步细化婴幼儿配方乳粉标签和说明书规定，助力行业高质量发展。

婴幼儿配方乳粉质量安全关系婴幼儿身体健康和生命安全。国家市场监督管理总局特殊食品司司长周石平介绍，近年来，婴幼儿配方乳粉年度抽检合格率均超过99%，产品质量显著提高，乳粉行业规范发展；国产品牌的市场份额逐年增加，2020年婴幼儿奶粉国产品牌销售额占比约为60%，消费者信心明显提振。但是，如何进一步严格配方注册、优化审批流程、促进配方研发、鼓励企业创新等需要从立法层面予以明确。

此次《办法》对拟在中国境内生产销售和进口婴幼儿配方乳粉的企业，从申请与注册程序、标签与说明书、监督管理、法律责任等方面作出了详细规定，主要内容包括：

一是严格配方注册，细化核查要求。明确需要开展现场核查的情形和要素，并强调现场核查需抽取动态生产的样品进行检验；明确禁止变相分装和8种不予



小麦秸秆变废为“宝”

甘肃省平凉市崆峒区近年来充分利用麦秸秆、玉米秆资源优势，大力发展养牛业，带动当地农民增收致富。图为崆峒区的农民正在用打捆机打包刚收割的小麦秸秆。

黄蔚林摄（人民视觉）